



CASE STUDY BMW GROUP

Headless auf der Überholspur: Mit commercetools zum E-Commerce von morgen



Erstklassige Produkte und Technologie machen die BMW Group als führenden Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern ebenso aus wie die Unternehmensgeschichte, die von Erfindern, Pionieren und Konstrukteuren geprägt ist.

31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern weltweit stehen für höchste Qualität und technische Pionier-Rolle. Die BMW Group agiert zudem als Anbieter von Premium Mobilitäts- und Finanzdienstleistungen.

UMSATZ

111 Milliarden EUR

ABSATZMÄRKTE

weltweit

STANDORT

München, Deutschland

BRANCHE

Automobilindustrie

BUSINESSMODELL

B2C, B2B

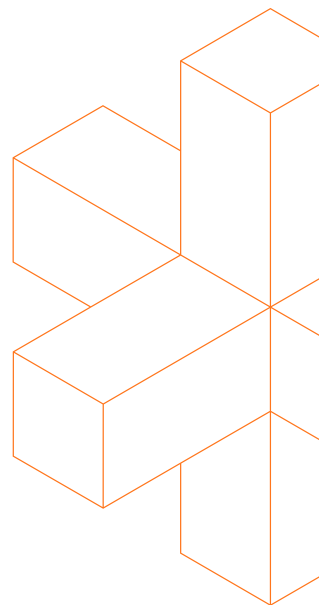
KOOPERATION MIT PARTNERN

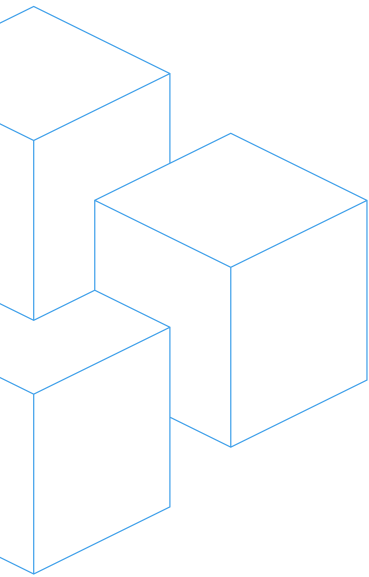
AWS, Adyen

The Solution

Hohe Anforderungen an die neue Software der BMW Group: Auf der neuen Plattform sollte nicht nur die enorme Produktvielfalt beim Auto- und Zubehörverkauf abgebildet werden, sondern auch komplexe digitale Dienste wie Connected Drive und buchbare Dienstleistungen.

Leistungsstark, skalierbar und individuell anpassbar sollte die Lösung sein, zudem kombinierbar mit anderen Systemen sowie API- und Cloud-native-basiert. Basisfunktionen wie Produktkatalog, Warenkorb und Bestellungen sollten schnell verfügbar sein und sich mit bestehenden Systemen wie OIMS, CMS, Lager- und Fulfillment-Management kombinieren lassen.





The Solution

Der Schlüssel zum Anforderungsprofil von BMW lautete “Composable Commerce”. Die Funktionen von commercetools werden so über API-Schnittstellen um verschiedene Eigenprogrammierungen von BMW individuell ergänzt: ein partiell Headless-basiertes CMS, das hausinterne Data-Management- und Payment-System sowie eine Applikation zur Kombinierbarkeit der Produkte.

Im Frühjahr 2020 stand das Mandantenkonzept, das die Anforderungen der BMW Group mit commercetools-Projekten, -Stores und -Channels abbildete. Im Anschluss wurde die Software Stück für Stück entlang sämtlicher Prozesse der Customer Journey implementiert. Im März 2021 ging die neue Lösung live.



commercetools bietet mit seiner cloud-basierten Headless-Commerce-Lösung eine unkomplizierte Integration mit Bestandssystemen. So können bestehende Prozesse beibehalten werden, und die Kunden dürfen gleichzeitig ein modernes und performantes E-Commerce erleben.

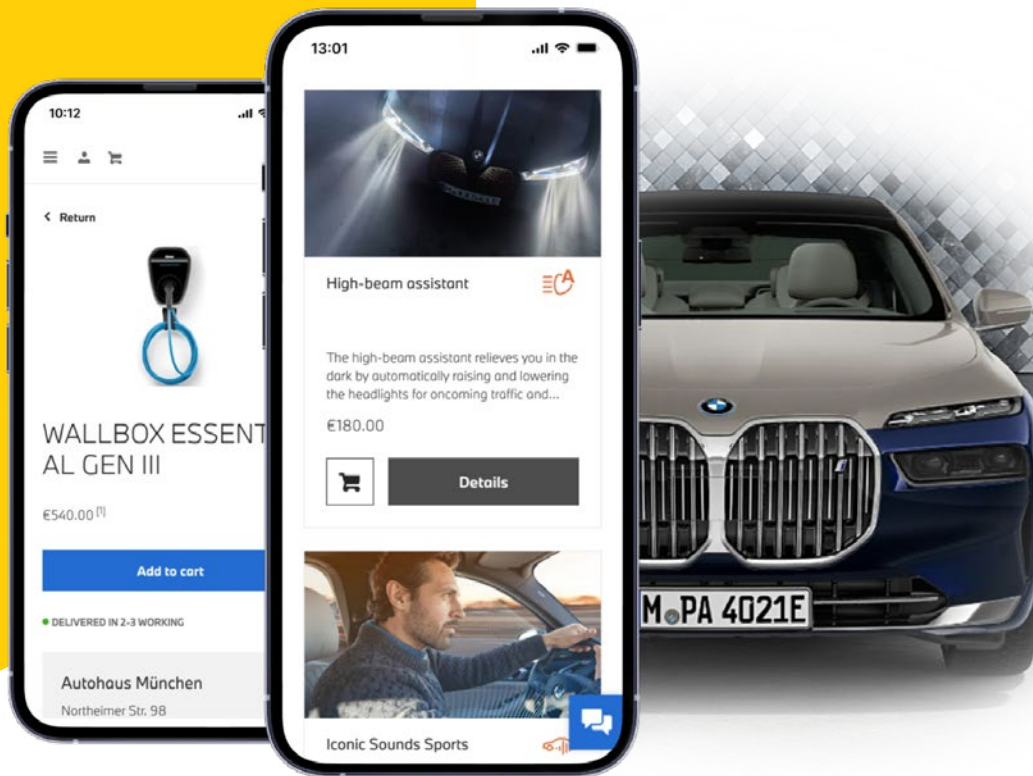
PRODUCT OWNER (BUSINESS)
BMW GROUP



Die Erfolgsgeschichte

Innerhalb der ersten acht Monate konnte die BMW Group bereits 100 Releases/ Deployments online verfügbar machen. Besonders positiv sieht das Tech-Team, dass commercetools “versionless” und der Wartungsaufwand daher stark reduziert ist.

Neben klassischen E-Commerce-Themen sind jetzt ganz neue Produktlinien abbildbar, ebenso wie Digital Services, z. B. Lizenzen, die ins Fahrzeug eingespielt werden. Auch völlig andere Ansätze der Customer Experience oder der Einsatz neuer Touchpoints sind jederzeit möglich – und zwar nahtlos integriert in Non-Commerce-Themen wie Fahrzeugwartung oder -konfiguration.



commercetools Features für die BMW Group



Produktkatalog (PIM)

Volle Flexibilität beim Experimentieren mit komplexen Produkten, digitalen Diensten und Serviceleistungen in Kombination mit der Aktualisierung von Beständen, Preisen und Werbeaktionen in Echtzeit über alle Vertriebskanäle hinweg.



Checkout (Carts, Orders)

Einfache Auswahl- und Bestellprozesse für ein optimiertes Einkaufserlebnis sowie vielfältige, innovative Checkout-Verfahren und Zahlungsoptionen.



Stores/Channels (Multi-Tenancy)

Einfache Anbindung tausender Kanäle weltweit: von Desktop über Smartphone und stationäre Händler bis hin zu Service- und Reparaturwerkstätten.

Über commercetools



commercetools

commercetools ist ein weltweit führendes Software-Unternehmen und steht für die gleichnamige E-Commerce-Plattform für den B2C- und B2B-Handel der nächsten Generation. Die cloudbasierten Multi-Tenant-SaaS-Lösung ermöglicht es Marken und Händlern inspirierende Einkaufserlebnisse auf allen Kanälen zu schaffen, von mobilen Apps bis hin zu Sprachassistenten. An den Standorten München (HQ), Berlin, Jena (DE), Amsterdam (NL), London (UK), Zürich (CH), Durham (US), Singapur und Melbourne (AU) betreuen über 300 Mitarbeiter internationale Marken und Fortune-500-Unternehmen wie AT&T, Audi, Burberry, Flaconi, Vistaprint (ein Unternehmen der Cimpres-Gruppe), Volkswagen und Wolford.